

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK A MILD PADA PERUSAHAAN ROKOK PT. HM SAMPOERNA Tbk



Oleh: RAHMA NOVIARINI (01720049)

agribisnis

Dibuat: 2007-01-08 , dengan 3 file(s).

Keywords: Strategi pemasaran, A mild PT HM Sampoerna

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan manufaktur maupun jasa dituntut mampu menguasai dalam memenangkan persaingan dan mampu menerapkan konsep serta strategi pemasaran yang baik seperti meningkatkan kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik. Suatu hal yang harus diingat sehubungan dengan pemasaran jasa adalah bahwa pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran barang. Dalam pemasaran barang kita mengenal marketing mix yang meliputi produce, price, place, promotion atau sering disebut dengan 4 P, sedangkan dalam pemasaran jasa harus ditambahkan 3 P yaitu people, physical evidence dan proses. Sehubungan dengan hal tersebut maka pembelian produk jasa sangat tergantung pada pengalaman dan kepercayaan serta strategi pemasaran yang akurat.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui strategi pemasaran produk rokok dalam upaya meningkatkan penjualan pada Perusahaan Rokok PT. HM. Sampoerna Tbk serta untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan rokok Sampoerna.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang dikumpulkan. Dalam hal ini peneliti ingin menggambarkan bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Perusahaan Rokok PT. HM Sampoerna Tbk untuk menghadapi persaingan dalam industri rokok dalam upaya meningkatkan penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan PT. HM Sampoerna Tbk berdasarkan Faktor Eksternal dan Internal adalah Strategi SO yang meliputi : mengefektifkan pelaksanaan personal selling, melakukan advertising secara khusus, melakukan inovasi baru. Strategi ST meliputi : membentuk tim yang bertugas membandingkan produk perusahaan dengan produk pesaing dan memantau tingkat kepuasan konsumen. Strategi WO meliputi : berusaha meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan harga jual dan menjaga dan Meningkatkan mutu produksi. Strategi WT dengan cara Terus berusaha meningkatkan mutu produk dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk baru yang rendah tar dan nikotin.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan kepada perusahaan tersebut adalah : perusahaan dapat lebih agresif mempromosikan produk-produknya dalam mencari peluang pemasaran yang relevan. Perusahaan juga harus aktif melakukan penelitian khususnya di wilayah yang menjadi pasar sasarnya dan hendaknya PT. HM Sampoerna Tbk memperhatikan para pesaingnya, khususnya pada pemakaian teknologi dengan inovasi produk baru.